

SKRIPSI

ANALISIS PENGENDALIAN BIAYA KUALITAS DALAM

RANGKA PENINGKATAN MUTU PRODUK

(Studi Kasus Pada Pabrik Beras UD.FIWIWA Di Desa Tonyaman)

Analysis of quality cost control in order to improve product quality

(case study at UD.FIWIWA rice factory in tonyaman village)



PILDA

C02 18 379

PROGRAM SUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SULAWESI BARAT

MAJENE

2023

ABSTRAK

PILDA, Analisis Pengendalian Biaya Kualitas Dalam Rangka Meningkatkan Mutu Produk (studi kasus pabrik beras UD. Fiwiwa Di Desa tonyaman), dibimbing oleh Indayani B, SE.,M.Ak Dan Eni Novitasari.SE, M.Si.

Banyaknya produk yang dihasilkan dan memiliki kesan yang sama pada produk beras, konsumen biasanya lebih memilih beras yang memiliki sifat tertentu seperti berwarna putih bening dan bersih. Untuk mengembangkan suatu produk dibutuhkan yang namanya kualitas produk atau barang yang dipasarkan kepada konsumen. apabila ada barang yang cacat atau tidak sesuai maka sangat berpengaruh akan tetapi jika memperhatikan kualitasnya akan menghasilkan produk yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana biaya kualitas dapat meningkatkan mutu produk dan mengoptimalkan produk yang cacat di pabrik beras UD. FIWIWA di Desa Tonyaman, sehingga menghasilkan produk yang baik dan dipasarkan kepada penjual dan pembeli. Metode penelitian ini adalah kualitatif, sumber penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. lokasi penelitian ini di Desa Tonyaman Kecamatan. Binuang Kabupaten. Polewali Mandar. Populasi dalam penelitian ini adalah 15 dengan penggunaan sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem analisis pengendalian kualitas dalam rangka meningkatkan mutu produk dapat meningkatkan dan signifikan dalam menghasilkan produk yang baik dan berkualitas sehingga konsumen dapat tertarik terhadap produk beras yang diproses di pabrik beras UD.FIWIWA di Desa Tonyaman.

Kata kunci : Biaya ,Biaya Kualitas,Dan Kualitas Produk.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beras ialah bulir gabah yang telah dikupas kulitnya serta bagian ini bisa dimasak dan dikonsumsi lewat proses penggilingan serta penyosohan. Gabah sendiri terdiri dari sekam (kulit luar), aleuron (kulit ari), bekatul, endosperm (bagian utama butir beras tempat sebagian besar pati serta protein terkandung), serta embrio (yang tidak dapat berkembang lagi sehabis diolah) (Ilham, 2010). Tingkatan konsumsi beras bangsa Indonesia menggapai 139. 15 kilogram per kapita tahun, jauh lebih besar dibanding dengan negara-negara maju yang tingkatan konsumsinya cuma menggapai 80- 90 kilogram/tahun (Utama, 2015).

Beras mempunyai isi gizi yang terdiri dari karbohidrat, protein, lemak, air, besi, magnesium, phosphor, potassium, seng, vit B1, B2, B3, B6, B9, serta serat. Isi gizi pada tiap tipe beras bermacam- macam. Perbandingan kandungannya ada pada kandungan protein, besi, seng, serta serat. Kandungan gizi sangat bermacam- macam dari keempat faktor yang ada dalam isi gizi beras, ialah semacam isi protein berkisar antara 6. 8- 8. 5, isi besi 1. 2- 5. 5, isi seng 0. 5- 3. 5, serta isi serat 0- 2. 2. Keunggulan beras dibandingkan dengan sumber pangan yang lain ialah dari isi karbohidrat serta tenaga yang dihasilkannya lebih besar. Misalnya beras mempunyai isi karbohidrat 79 gram dengan isi tenaga 360 kal, sebaliknya bahan pangan yang lain memiliki isi karbohidrat serta kalori yang di hasilkannya lebih rendah (Utama, 2015).

Banyaknya produk yang dihasilkan serta mempunyai kesan yang sama terlebih di masa modern ini kala membeli beras, konsumen umumnya lebih memilih beras yang mempunyai sifat-sifat raga tertentu semacam berwarna putih bening serta bersih. Tidak hanya itu, konsumen lebih menggemari beras dengan persentase beras kepala utuh yang besar dan tidak memiliki gabah ataupun barang lain yang mempengaruhi konsumen serta pasti saja banyaknya persaingan penjualan produk dipasarkan baik secara langsung ataupun tidak langsung semacam lewat teknologi, di pasar, mal ataupun swalayan dalam bidang teknologi jadi aspek pemasaran yang dapat mempromosikan dagangan lewat sosial media yang mempermudah pembeli bisa mengenali posisi pabrik serta mempermudah untuk penjual sebab bisa langsung membeli ditempat pabriknya serta harga juga tidak sama bila membeli dipasar.

Meningkatkan sesuatu produk diperlukan yang namanya kualitas produk ataupun benda yang dipasarkan kepada konsumen, apabila terdapat benda yang cacat ataupun tidak cocok hingga sangat mempengaruhi didalam penjualan hendak namun bila mencermati mutu hendak menciptakan produk yang bebas dari kehancuran apabila perihal ini tercapai hingga terdapatnya pemborosan serta kehancuran bisa bebas sehingga biaya penciptaan bisa ditekan. Oleh sebab itu perhitungan biaya kualitas dicoba oleh industri supaya sanggup mendesak serta pula mencermati mutu produk dan pelayanannya. Sehingga rasa kepuasan para konsumen dapat terus menjadi bertambah dikala membeli produk. Tidak hanya itu, tingkatan mutu produk dipengaruhi brand ataupun merk dagang sehingga konsumen tertarik buat membeli beras di Desa

Tonyaman pula mempunyai merek dagang tertentu buat produk berasnya yang mempunyai mutu beras yang sama namun merk dagang yang berbeda sebagian merk dagang pada pabrik beras di desa tonyaman ialah beras 86, beras tomat, bulog dan sebagian merk dagang yang lain.

Dengan terdapatnya mutu yang cocok dengan harapan konsumen, hingga konsumen hendak merasa puas terhadap khasiat yang diberikan oleh produk tersebut. Kepuasan konsumen ataupun pelanggan ialah modal industri buat terus eksis dalam persaingan, sebab kepuasan pelanggan ialah 3 aspek penentu untuk konsumen buat melaksanakan pembelian terhadap produk yang dihasilkan oleh industri secara terus menerus. Dengan demikian, terus menjadi besar tingkatan kepuasan konsumen terhadap khasiat yang diberikan oleh produk tersebut, hingga konsumen hendak tertarik buat terus memakai ataupun membeli produk tersebut. Sehingga tingkatan loyalitas konsumen terhadap produk tersebut semakain besar.

Prawinogoro (2013) berpendapat biaya kualitas merupakan biaya yang mencuat sebab produk yang dihasilkan mutunya kurang baik sehingga tidak disukai oleh konsumen. terdapat 4 jenis biaya kualitas. Bagi Garrison (2012) adalah biaya penangkalan, biaya evaluasi, biaya kegagalan internal, serta biaya kegagalan eksternal. Buat menciptakan mutu terbaik dibutuhkan upaya revisi berkesinambungan terhadap keahlian manusia, proses, serta area. Untuk itu dalam menanggulangi permasalahan yang dialami oleh industri, hingga industri butuh melaksanakan pengendalian terhadap biaya kualitas.

Pengendalian kualitas merupakan kegiatan pengendalian proses buat mengukur identitas mutu produk, menyamakan dengan eksifikasi ataupun persyaratan, serta mengambil aksi penyehatan serta cocok apabila terdapat perbandingan antara penampilan yang sesungguhnya serta yang standar. mendasari terbentuknya pengendalian terhadap biaya kualitas merupakan minimnya atensi manajemen terhadap hal-hal yang menimbulkan kehancuran produk. Sesuatu metode yang dicoba oleh industri buat pengendalian mutu ialah dengan mengenali biaya-biaya yang tercantum ke dalam biaya kualitas serta disusun laporan bayaran mutu yang disusun tiap periode.

Untuk menjauhi resiko yang hendak terjalin, industri wajib melindungi kualitas produk sebab kualitas merupakan dimensi relatif dari kebaikan. Mendefinisikan mutu selaku kebaikan ialah arti sangat universal yang tidak mempunyai arti operasional. Secara operasional produk ataupun jasa yang bermutu merupakan yang penuh ataupun melebihi harapan pelanggan. Dengan kata lain, mutu merupakan kepuasan pelanggan. Jadi, khasiat biaya kualitas merupakan buat menolong manajemen memastikan laba, pula buat mengambil keputusan strategi, dan buat memudahkan penerapan program pengendalian kualitas.

Manajer wajib memantau pertumbuhan serta kemajuan perusahaannya sehingga tujuan- tujuan yang dicapai industri bisa dikendalikan dengan baik serta bisa bertambah mutu dalam mempertahankan tingkatan kualitas. Pengukuran serta pelaporan kinerja kualitas sangat berarti buat pelaporan kualitas, dimana digunakan sistem penentuan biaya kualitas. Kualitas ialah

dimensi relatif kebaikan sesuatu produk, yang bisaenuhi harapan pelanggan misalnya kecocokan, pemakaian, kesesuaian produk, dengan kebutuhan konsumen cocok produk dengan spesifikasi desain serta persyaratan teknisnya. Kualitas dapat dilihat dari dua aspek, yaitu kualitas desain (*quality of design*) dan kualitas kesesuaian (*quality of control performance*).

Mutu pada suatu produk ialah keadaan fisik, fungsi dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang telah dikeluarkan. Begitupun sama halnya dengan mutu beras apabila saat pasca panen dan prapanen kualitas beras sangat berpengaruh dalam selera konsumen dengan berbagai produk yang sama tetapi memiliki kualitas yang berbeda. Jadi mutu produk merupakan kemampuan suatu produk untuk memuaskan kebutuhan atau tuntutan pelanggan.

Pengembangan produk beras yang dihasilkan oleh UD. FIWIWA memiliki kualitas beras lebih unggul dibanding beras yang lain, beras yang diolah menjadi nasi merupakan bahan pokok utama bagi orang Indonesia untuk dikonsumsi, saya sebagai konsumen produk merasa sangat puas dengan tekstur berasnya bila dimasak menjadi nasi tidak keras dan tidak lunak sekali tekstur pas dan tahan lama tidak mudah basi tahan dalam 1 hari. Tetapi beras yang digunakan kualitas beras kepala yang baik dan adapun beras kualitas yang premium atau beras biasa yang tidak dipisah produk cacatnya yaitu beras yang patah (broken) Pabrik beras di Desa Tonyaman memiliki kapasitas gudang yang sangat besar keutamaannya dimiliki gudang beras adalah teknologi canggih digunakan pada penjemuran gabah dengan open tidak lagi menggunakan

matahari secara langsung untuk menjemur gabah semua yang dilakukan secara otomatis menggunakan tenaga mesin baik penjemuran, penggilingan gabah, pengolahan, dan pengisian.

Tabel 1.1

Laporan Produk cacat beras UD.FIWIWA

Lama Proses	Bahan Baku/ Gabah (Ton)	Produk Cacat (5%)	Produk Jadi/ Beras (65%)
1 Hari	10 Ton	0,5 Ton	6,5 Ton
1 Bulan	1000 Ton	50 Ton	650 Ton

Sumber : pabrik beras UD. FIWIWA (2022)

Tabel diatas menjelaskan bahwa hasil bahan baku gabah yang diolah menjadi beras hanya sebagian beras yang utuh sebesar 65% dari 100% bahan baku dan proses produk cacat yang dihasilkan yaitu beras yang patah atau broken hanya 5% dari 100% bahan baku / gabah. Jadi dalam sehari gabah yang diolah menjadi beras masuk 10 ton perhari dan tidak semua menjadi olahan beras yang utuh adapun beberapa olahan beras yang dipisah sebelum dikemas menjadi beras akan disortir lagi dimana akan dipisahkan baik produk yang rusak dan produk yang cacat, kemudian dikemas kembali dan siap di pasarkan.

Bersumber pada latar belakang diatas, penulis tertarik buat mengenali seberapa berartinya pengendalian biaya kualitas dalam meningkatkan kualitas produk dalam industri sehingga industri bisa bertahan dalam persaingan industri hingga riset ini diberi judul **Analisis Pengendalian Biaya Kualitas Dalam Rangka Peningkatan Mutu Produk Studi Kasus Pabrik Beras UD. FIWIWA Di Desa Tonyaman.**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengendalian biaya kualitas yang sebetulnya dalam rangka kenaikan kualitas produk pada pabrik beras UD. FIWIWA?
2. Kenapa dibutuhkan pengendalian biaya kualitas dalam rangka kenaikan kualitas produk pada pabrik beras UD. FIWIWA?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Bertujuan untuk mengenali bagaimana pengendalian biaya kualitas yang sebetulnya dalam rangka kenaikan kualitas produk pada pabrik beras UD. FIWIWA.
2. Bertujuan untuk mengetahui alasan pengendalian mutu produk terhadap produk yang dihasilkan Pabrik Beras UD. FIWIWA

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil riset ini diharapkan bisa menyamakan antara kajian teori tentang pengendalian biaya mutu dalam rangka kenaikan kualitas produk. Tidak hanya itu, selaku fasilitas serta prasarana mempraktikkan teori tentang analisis pengendalian biaya mutu dalam rangka kenaikan kualitas produk yang diperoleh.
2. Hasil riset ini pula diharapkan bisa bermanfaat untuk para pembaca serta periset berikutnya menimpa analisis pengendalian biaya kualitas dalam kenaikan kualitas produk.

1. 4. 2 Manfaat Praktis

Praktisi Hasil riset ini bisa membagikan saran serta jadi bahan pertimbangan dalam membongkar sesuatu permasalahan yang berhubungan dengan permasalahan pengendalian biaya mutu dalam rangka kenaikan kualitas produk.

1. 4. 3 Manfaat Akademis

Akademis riset ini bisa berguna untuk kegiatan akademis dalam menaikkan serta tingkatkan pengetahuan ilmu pengetahuan tentang analisis pengendalian bayaran mutu dalam rangka terhadap kenaikan mutu produk industri. Tidak hanya itu hasil riset ini diharapkan hendak bisa membagikan pemikiran selaku masukan serta rujukan bawah dalam melaksanakan riset serta pula memberikan pengetahuan menimpa kenaikan mutu produk.

BAB II

LANDASAN TEORI

2. 1 Tinjauan Teori

2. 1. 1 Biaya

Biaya ialah pengorbanan ataupun pengeluaran yang dicoba oleh sesuatu industri ataupun perorangan yang bertujuan buat mendapatkan khasiat lebih dari kegiatan yang dicoba tersebut. Dalam sebutan biaya, kadangkala lumayan merepotkan dalam membedakan antara *costs* serta *expenses*. Untuk sebutan biaya, terkadang lumayan merepotkan dalam membedakan antara *costs* serta pula *expenses*.

Pengeluaran ataupun pengorbanan yang tidak terhindarkan buat memperoleh benda ataupun jasa dengan tujuan mendapatkan maslahat: pengeluaran buat aktivitas, tujuan, ataupun waktu tertentu, semacam ongkos pengiriman, pengepakan, serta penjualan dimaksudkan buat mendapatkan pemasukan dalam laporan laba rugi industri, komponen biaya ialah pengurang dari pemasukan penafsiran biaya berbeda dengan beban seluruh biaya merupakan beban, namun tidak seluruh beban merupakan biaya.

a. Bagi Ahli

Biaya bagi Mulyadi(2012: 3), makna luas biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang sudah terjalin ataupun bisa jadi terjalin buat menggapai tujuan tertentu. Untuk makna kecil biaya ialah bagian dari harga pokok yang dikorbankan dalam usaha buat mendapatkan pemasukan.

Arief & Ishak (2015: 16), biaya (*expenses*) ialah penggunaan-penggunaan dari beberapa barang serta jasa dalam rangka mendapatkan sesuatu pemasukan (*revenue*) dalam sesuatu periode serta biaya-biaya tersebut jadi kadaluarsa (*expired*) buat masa yang hendak tiba.

b. Otoritas Jasa Keuangan

Uang yang dikeluarkan untuk mengadakan (mendirikan, melaksanakan, serta sebagainya) suatu ongkos, belanja serta pengeluaran.

c. Kamus Bahasa Indonesia

Akuntansi, yang diartikan dengan biaya merupakan aliran sumber energi keuangan ataupun lain yang dihitung dalam satuan moneter yang dikeluarkan buat membeli ataupun membayar persediaan, jasa, tenaga kerja, produk, perlengkapan, serta benda yang lain yang digunakan buat keperluan bisnis ataupun memproduksi benda ataupun jasa.

Perbandingan *Costs* serta *Expenses*

- a. *Costs* sesuatu biaya dalam makna pengorbanan ataupun pula pengeluaran yang dicoba oleh industri ataupun pula orang yang berhubungan langsung dengan output ataupun produk yang dihasilkan oleh industri ataupun perorangan.
- b. *Expenses* sesuatu biaya yang dikeluarkan oleh sesuatu industri/ perorangan yang bertabiat yakni selaku kegiatan pendukung saja.

1. Tipe Biaya Bersumber pada Tujuan Pengambilan Keputusan

Bersumber pada tujuan pengambilan keputusan manajemen, biaya bisa dikelompokkan ke dalam, diantara ialah :

a. Biaya Relevan (*relevant cost*)

Biaya relevan ialah biaya yang terjalin pada sesuatu alternatif aksi tertentu, namun tidak terjalin pada alternatif aksi lain. Biaya relevan hendak pengaruhi pengambilan keputusan. Oleh sebab itu biaya relevan wajib dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan.

b. Biaya Tidak Relevan (*irrelevant cost*)

Biaya tidak relevan ialah biaya yang tidak berbeda di antara alternatif aksi yang terdapat. *Irrelevant cost* tidak pengaruhi pengambilan keputusan serta hendak senantiasa sama jumlahnya tanpa mencermati alternatif yang diseleksi. Oleh sebab itu biaya tidak relevan tidak wajib dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan.

2. Tipe Biaya Bersumber pada Perilaku

a. Biaya Senantiasa (*Fixed Cost*) : biaya senantiasa merupakan biaya yang jumlah totalnya senantiasa konstan, tidak dipengaruhi oleh pergantian volume aktivitas ataupun kegiatan hingga dengan tingkatan tertentu.

b. Biaya Variabel (*Variable Cost*) : biaya variabel (*variable cost*) merupakan biaya yang jumlah totalnya berganti secara sebanding (sepadan) dengan pergantian volume aktivitas.

3. Tipe biaya bersumber pada produk

Ada pula penggolongan biaya produksi Menurut Rivai (2019: 50), ialah: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, serta biaya overhead pabrik.

a Biaya bahan baku barang yang dihasilkan perusahaan- perusahaan bisa digolongkan ke dalam bahan (*material*) serta benda yang bukan bahan. Bahan merupakan barang yang akan diproses ataupun diolah jadi produk jadi. Sebaliknya barang yang bukan bahan merupakan benda yang hendak dihasilkan dalam industri namun tidak ialah bagian dari produk jadi. berikutnya, biaya bahan dalam perihal ini bisa digolongkan dalam 2 jenis:

1. Biaya bahan baku langsung (*direct material cost*) ialah biaya untuk bahan- bahan yang secara langsung digunakan dalam penciptaan buat 22 mewujudkan sesuatu berbagai produk jadi yang siap buat dipasarkan ataupun siap diserahkan kepada pemesan.
2. Biaya bahan penolong (*indirect material cost*) ialah biaya untuk bahan yang dipakai dalam mendukung kelangsungan proses penciptaan namun tidak jadi bagian integral dari produk yang dihasilkan, biayanya tercantum ke dalam biaya universal (*overhead pabrik*).

b Biaya tenaga kerja merupakan seluruh balas jasa yang diberikan oleh industri kepada seluruh karyawan. Cocok dengan gunanya, sehingga biaya tenaga kerja di pabrik/ produksi bisa digolongkan ke dalam:

1. Biaya tenaga kerja langsung (*direct labour cost*) ialah biaya untuk para tenaga kerja yang langsung ditempatkan serta didayagunakan dalam

menanggulangi kegiatan- kegiatan proses penciptaan, jadi secara integral diterjunkan dalam aktivitas penciptaan, menanggulangi seluruh peralatan penciptaan sehingga produk dari usaha itu bisa terwujud.

2. Biaya tenaga kerja tidak langsung (*indirect labour cost*) merupakan balas jasa diberikan kepada karyawan pabrik, hendak namun khasiatnya tidak bisa diidentifikasi ataupun diiringi jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan industri. Semacam halnya dengan bayaran bahan tidak langsung, pembiayaannya merupakan tercantum biaya universal (*overhead* pabrik).
- c Biaya *Overhead* merupakan biaya produksi tidak hanya biaya bahan baku serta biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* pabrik ialah biaya penciptaan yang tidak dibebankan secara langsung kepada sesuatu unit 23 pekerjaan ataupun kepada sesuatu produk.

2. 1. 2. Kualitas

Arti kualitas ialah tingkatan baik ataupun buruknya, kualitas, taraf ataupun derajat sesuatu. Perihal ini, kata suatu bisa mewakili banyak perihal, baik itu suatu benda, jasa, kondisi, ataupun perihal yang lain. kaitannya dengan bisnis.

Kualitas ialah kesesuaian antara spesifikasi sesuatu produk dengan kebutuhan konsumen, ataupun tingkatan baik buruknya suatu produk (benda ataupun jasa) di mata penggunanya.

Bagi Tjiptono (2015: 105) definisi konvensional dari mutu ialah performansi selaku cerminan langsung dari suatu produk, keandalan, gampang buat digunakan, estetika, serta sebagainya. Dalam makna strategi, mutu merupakan seluruh suatu

yang bisa membagikan kebutuhan konsumen cocok dengan apa yang diinginkan konsumen. Sebagian besar orang susah buat mendefinisikan kata mutu dengan kilat sebab maknanya hendak berbeda untuk tiap- tiap orang serta bergantung pada konteks yang dibicarakan. Tetapi, kita bisa menguasai apa itu mutu lewat suatu ilustrasi simpel. Selaku contoh, suatu kompor gas terbuat dengan spesifikasi tertentu. Warga hendak gampang mengatakan sebagian aspek yang mereka nilai dalam memastikan mutu suatu kompor gas, misalnya:

- a) Bisa berperan sebagaimana mestinya.
- b) Mempunyai tampilan yang menarik.
- c) Ada sebagian opsi warna.
- d) Penjagaanya gampang serta tahan lama.
- e) Biayanya terjangkau.

Mengacu pada uraian tersebut hingga bisa ditarik kesimpulan kalau dalam mutu ada sebagian elemen, ialah:

- a) Mutu meliputi usaha penuh ataupun melebihi harapan manusia.
- b) Mutu menyangkut produk (benda/ jasa), manusia, proses, serta area.
- c) Mutu ialah keadaan yang bisa berganti (suatu yang dikira bermutu dikala ini, dapat dikira kurang bermutu di masa depan).

a. Indikator Kualitas

Bagi Garvin, evaluasi terhadap baik ataupun buruknya kualitas sesuatu produk bisa didetetapkan lewat 8 ukuran mutu, ialah:

1. Kinerja (*Performance*)

Kinerja ialah ukuran mutu yang berhubungan langsung dengan ciri utama sesuatu produk. Selaku contoh, kinerja utama yang kita harapkan dari suatu tv merupakan mutu foto serta suara yang baik.

2. Fitur (*Features*)

Fitur ialah ciri pendukung pada sesuatu produk yang bisa memunculkan kesan lebih baik untuk konsumen. Selaku contoh, sebagian fitur pendukung yang kita harapkan terdapat di dalam mobil ialah pemutar CD, radio, *remote control* mobil, sensor ataupun kamera parkir, serta lain-lain.

3. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan berkaitan dengan keahlian sesuatu produk bekerja secara memuaskan pada waktu serta keadaan tertentu. Ukuran ini bisa meningkatkan keyakinan pelanggan terhadap sesuatu produk.

4. Kesesuaian (*Conformance*)

Ini berkaitan dengan kesesuaian antara kinerja serta mutu produk dengan standar yang sudah diresmikan.

5. Ketahanan (*Durability*)

Ketahanan merupakan tingkatan ketahanan sesuatu produk ataupun berapa lama produk bisa digunakan secara terus menerus sampai kesimpulannya wajib ditukar. *Durability* biasanya diukur dengan waktu energi tahan (usia) sesuatu produk.

6. Keahlian Pelayanan (*Serviceability*)

Serviceability merupakan kemudahan, kecepatan, kompetensi, serta kenyamanan dalam melaksanakan pemeliharaan serta revisi. Perihal ini sangat berhubungan dengan layanan *after sales* yang disediakan oleh produsen suatu produk.

7. Estetika (*Aesthetics*)

Perihal ini berhubungan dengan bentuk raga sesuatu produk, baik itu corak, rasa, bau, serta yang lain yang jadi energi tarik produk tersebut.

8. Kesan Mutu (*Perceived Quality*)

Perihal ini berhubungan dengan kesan yang dialami oleh konsumen terhadap suatu produk. Kesan mutu bisa memunculkan *fanatisme* konsumen terhadap merek tertentu sebab reputasi produk itu sendiri.

2. 1. 3. Biaya Kualitas

Biaya kualitas merupakan biaya- biaya yang mencuat guna menanggulangi mutu produk yang dihasilkan, baik mempertahankan kualitas ataupun membetulkan produk yang cacat ataupun tidak cocok standar. Umumnya, biaya ini timbul sebab terdapatnya produk yang bermutu kurang baik ataupun tidak sanggupenuhi standar kualitas konsumen (diucap pula *cost of poor quality* ataupun COPQ). Ada pula COPQ terjadi sebab terdapatnya biaya yang tersembunyi, biaya manajemen, biaya kehabisan peninggalan, kerugian sebab kehabisan proyek, serta kehabisan keyakinan konsumen.

Bagi Narsa (2019: 29) mengatakan biaya kualitas bisa didefinisikan selaku biaya- biaya yang mencuat selaku akibat dari kualitas (mutu) produk yang kurang

baik, semacam biaya pengerjaan ulang, biaya pelayanan purna jual yang besar (garansi), serta sebagainya. Sebaliknya Bagi Mariantha (2018: 79) Biaya kualitas merupakan usaha yang dicoba oleh manusia (industri) buat memenuhi ataupun melibehi harapan pelanggan yang senantiasa berganti serta dinamis, lewat produk, jasa, proses serta area yang dihasilkan.

Narsa (2019: 31) mengatakan biaya kualitas bisa diklasifikasikan jadi biaya yang bisa diobservasi serta bayaran tersembunyi (*observable* ataupun *hidden*). Dipecah jadi 2 ialah:

- a *Observable Quality Cost* ialah biaya yang ada pada catatan-catatan akuntansi industri. Biaya kualitas yang bisa diobservasi sangat gampang diukur ialah dengan memandang fakta transaksi serta catatan akuntansi.
- b *Hidden Quality Cost* merupakan biaya peluang ataupun pemasukan yang lenyap akibat produk yang kurang baik. Biaya tersembunyi tidak hendak terekam dalam catatan akuntansi. Contoh dari biaya tersembunyi akibat mutu produk yang kurang baik ialah kehabisan penjualan, ketidakpuasan pelanggan, serta kehabisan pangsa pasar. Sedangkan buat mengukur biaya kualitas tersembunyi agak susah.

Bagi Narsa (2019: 30) terdapat 4 jenis biaya kualitas ialah biaya penangkalan (*prevention costs*), biaya penilaian (*Appraisal Costs*), biaya kegagalan internal (*internal failure costs*), serta biaya kegagalan eksternal (*external failure costs*).

1. Biaya Pencegahan merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan buat menghindari terbentuknya kehancuran pada produk ataupun jasa sepanjang dibuat. Apabila biaya ini ditingkatkan, diharapkan biaya kegagalan

(*failure*) bisa ditekan ataupun dieliminasi hingga pada tingkatan nol (*zero defect*). Contoh: dalam rangka memencet kehancuran produk hingga para karyawan butuh dilatih. Biaya yang dikeluarkan buat pelatihan ini tercantum biaya pensegahan.

2. Biaya penilaian, merupakan biaya yang terjalin dalam rangka membagikan jaminan kepastian kalau produk yang dihasilkan cocok dengan syarat-syarat buat diterimanya produk. Misalnya biaya inpeksi terhadap bahan baku serta kemasan, inpeksi terhadap standar penerimaan produk, biaya pembuktian terhadap kehandalan pemasok, serta sebagainya.
3. Biaya kegagalan internal, merupakan biaya-biaya yang terjalin akibat terdapatnya kegagalan dalam proses internal saat sebelum sesuatu produk dikirim ke konsumen. Misalnya ditemuinya produk yang rusak sehingga membutuhkan biaya pengerjaan ulang (*rework*), biaya revisi mesin sebab minimnya program pemeliharaan dan gagalnya penangkalan (*downtime machine*).
4. Biaya kegagalan eksternal merupakan biaya-biaya yang terjalin dalam rangka membagikan pelayanan kepada konsumen, sebab barang yang dikirim gagal dalamenuhi standar mutu. Misalnya: biaya garansi, klaim reparasi, serta sebagainya.

Menanggapi kualitas produk yang diinginkan hingga dibutuhkan sesuatu standarisasi kualitas. Perihal ini bertujuan buat melindungi supaya produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah diresmikan sehingga konsumen tidak hendak kehabisan keyakinan terhadap produk

yang bersangkutan. Pengalaman pelanggan dalam membeli produk yang baik ataupun kurang baik hendak pengaruhi konsumen buat melaksanakan pembelian Kembali ataupun tidak. Oleh sebab itu, pemain usaha wajib sanggup menghasilkan produk yang cocok dengan kebutuhan serta selera konsumen. Kebutuhan yan tidak bisa penuhi harapan konsumen, haruslah kilat ditanggapi oleh industri, ialah dengan upaya pengembangan produk cocok dengan harapan konsumen tersebut (Assauri, 2012: 167)

Bagi Tjiptono (2015: 315) menerangkan kalau ukuran mutu produk ini meliputi 8 ukuran yang terdiri dari:

- 1 Hasil kinerja (*Performance*) ialah ciri pembedahan pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli kinerja dari produk yang membagikan khasiat untuk konsumen yang komsumsi sehingga konsumen bisa mendapatkan khasiat dari produk yang sudah disantap. Buat tiap produk ataupun jasa, ukuran *performance* dapat berlainan bergantung pada *functional value* yang sudah dijanjikan oleh industri. Dalam bisnis makan, ukuran kinerja bisa dilihat dari rasa yang lezat.
- 2 Identitas ataupun Keistimewaan Bonus (*Features*) 10 Ialah ciri sekunder ataupun aksesoris dari produk ini keistimewaan bonus produk pula bisa dijadikan karakteristik khas yang membedakan dengan produk pesaing yang sejenis. Karakteristik khas yang ditawarkan pula bisa pengaruhi tingkatan kepuasan konsumen terhada sesuatu produk.
- 3 Keandalan (*Raliability*) ialah keandalan suatu produk ialah dimensi mungkin kecil terhadap sesuatu produk tidak hendak rusak ataupun

kandas. Kehancuran tingkatan resiko kehancuran produk, memastikan tingkatan kepuasan konsumen yang diperoleh dari sesuatu produk. Terus menjadi besar resiko yang diterima oleh konsumen terhadap produk, terus menjadi kecil tingkatan kepuasan yang diperoleh konsumen.

- 4 Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to Specification*) ialah kesesuaian kinerja serta mutu produk dengan standar yang diinginkan oleh produsen yang cocok dengan perencanaan industri yang berarti bahan-bahan yang kebanyakan cocok dengan kemauan pelanggan. Pada dasarnya, tiap produk mempunyai standar maupun spesifikasi yang sudah ditetapkan. Ciri desain pembedahan penuh standar- sandar yang sudah diresmikan lebih dahulu.
- 5 Daya Tahan (*Durability*) ialah berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat bisa digunakan serta bisa didefinisikan selaku dimensi umur pembedahan produk yang diharapkan dalam keadaan normal
- 6 Keahlian melayani (*Serviceability*) ialah meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, gampang direparasi dan penindakan keluhan yang memuaskan. Bisa didefinisikan apabila terjalin kehancuran ataupun kandas pada produk, hingga bisa dimaksud bila terdapat produk yang mengalami gagal ataupun rusak hingga kesiapan dalam revisi produk tersebut diandalkan sehingga konsumen tidak terdapat yang merasa dirugikan.
- 7 Estetika (*Asthetics*) ialah energi tarik produk terhadap panca indera bisa dilihat dari wujud raga, warna, model ataupun desain, rasa, aroma serta

lain-lain. Sehingga konsumen hendak tertarik terhadap sesuatu produk kala memandang tampilan dini.

- 8 Kualitas yang dialami (*perceived quality*) ialah anggapan konsumen terhadap mutu produk ataupun keunggulan dari produk tersebut. Bilamana kurang menguasai identitas produk yang dibeli hingga konsumen hendak mempersepsikan baik dari segi harga, merk serta negeri pembentuk.

2.1. 4. Kualitas Produk

Bagi Kotler serta Armstrong (2018: 79), produk berarti campuran benda serta jasa yang ditawarkan oleh industri kepada pasar sasaran. Produk merupakan uraian subyektif dari produsen atas suatu yang dapat ditawarkan selaku usaha buat menggapai tujuan organisasi lewat pemenuhan kebutuhan serta aktivitas konsumen, cocok dengan kompetensi serta kapasitas organisasi dan energi beli pasar.

Bagi Kotler serta Keller (2016: 37), kalau mutu produk ialah sesuatu kemampuan produk dalam melaksanakan fungsi-fungsinya, keahlian itu meliputi energi tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara totalitas. Industri senantiasa tingkatkan mutu produk ataupun jasanya sebab kenaikan mutu produk bisa membuat pelanggan dapat merasa puas dengan produk ataupun jasa yang diberikan serta hendak pengaruhi pelanggan buat membeli kembali produk tersebut.

a. Atribut Produk

Bagi Kotler (2017: 213), melaporkan kalau definisi atribut produk merupakan meningkatkan produk mengaitkan keuntungan yang hendak

ditawarkan. Keuntungan ini dikomunikasikan serta di informasikan oleh produk lewat atribut, semacam mutu, fitur, gaya, serta rancangan.

Bagi Kotler serta Armstrong (2014: 19), sesuatu produk umumnya diiringi oleh serangkaian atribut- atribut yang menyertai produk meliputi sebagian perihal, ialah selaku berikut:

- 1 Harga Bagi Kotler & Armstrong (2016: 159), melaporkan kalau harga ialah beberapa duit yang dibebankan atas sesuatu produk ataupun jasa, ataupun jumlah dari nilai yang diganti konsumen atas manfaat- manfaat sebab mempunyai ataupun memakai produk ataupun jasa tersebut.
- 2 Merek Bagi Kotler dan Armstrong dalam Fitriani serta Widowati (2016: 159), melaporkan kalau merk merupakan nama, sebutan, ciri, simbol ataupun rancangan, ataupun campuran dari seluruh ini yang dimaksudkan buat mengenali produk ataupun jasa dari satu ataupun kelompok penjual serta membedakannya dari produk pesaing.
- 3 Kemasan Bagi Kotler serta Armstrong (2016: 159), mendefinisikan kemasan/ pengemasan (*packaging*) selaku aktivitas merancang serta membuat wadah ataupun pembungkus sesuatu produk.
- 4 Label Bagi Kotler serta Armstrong (2016: 159), melaporkan kalau label ialah bagian dari sesuatu produk yang mengantarkan data menimpa produk serta penjual.
- 5 Kualitas produk bagi Kotler serta Armstrong (2016: 159), melaporkan kalau mutu produk ialah keahlian sesuatu produk untuk melakukan

gunanya, meliputi energi tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan beroperasi serta revisi dan atribut bernilai yang lain.

b. Indikator Kualitas Produk

Indikator Mutu Produk Ada sebagian tolak ukur mutu produk. Bagi Kotler serta Keller (2012: 8), terdiri dari:

1. Wujud ialah suatu produk bisa meliputi dimensi, ataupun struktur.
2. Fitur ialah memenuhi guna bawah produk.
3. Penyesuaian ialah membiasakan dengan kemauan konsumen.
4. Mutu kerja ialah ukuran yang sangat berarti kala industri menerpkan suatu model dekameter membagikan mutu yang besar.
5. Mutu kesesuaian ialah produkdi yang penuh spesifikasi yang dijanjikan
6. Ketahanan ialah dimensi ataupun usia sesuatu produk dalam keadaan biasa ataupun penuh tekanan
7. Keandalan ialah memngkinkan tidak hadapi kegagalan pada produk
8. Kemudahan revisi ialah kemudahan kala produk tidak berfungsi
9. Gaya ialah penampilan serta rasa produk tersebut
10. Desain ialah pengaruhi tampilan ataupun guna produk bersumber pada kebutuhan.

c. Tingkatan Produk

Bagi Sangadji (2013: 15) ada 5 tingkatan produk antara lain:

1. Khasiat inti, merupakan suatu produk yang mempunyai khasiat bawah bisa disantap oleh pelanggan. Semacam industri perhotelan dengan

menawarkan produk yang mempunyai khasiat utamanya ialah buat istirahat serta tidur.

2. Produk bawah merupakan sesuatu produk dalam wujud bawah yang bisa disantap pelanggan, semacam kain.
3. Produk yang diharapkan ialah serangkaian atribut produk dan sesuatu kondisi- kondisi yang biasa di idamkan serta diterima pelanggan dikala mereka membeli sesuatu benda. Semacam pakaian, celana, sepatu, sandal, tas serta lain sebagainya.
4. Produk yang ditingkatkan ialah produk yang telah dalam pergantian sedemikian rupa sehinggalah benda yang ditawarkan berbeda dengan benda pesaing. Semacam sepatu merk Adidas, pakaian merk Gucci, celanan merk Levi' s, serta lain sebagainya.
5. Produk potensial, merupakan suatu produk yang dirasakan pergantian wujud di masa saat ini. Semacam, mobil klasik, emas, saham serta lain sebagainya.

d. Produk Cacat

Produk cacat merupakan unit produk yang tidakenuhi standar penciptaan namun, baik dari segi teknis ataupun murah, bisa diperbaiki biar bisa dijual selaku produk standar ataupun sub standar. Walaupun tidakenuhi standar penciptaan, unit cacat tidak dikeluarkan dari proses penciptaan pada dikala dikenal. Sehabis dikenal, unit yang cacat hendak diperbaiki biar jadi unit produk yang baik.

Buat membetulkan unit cacat dibutuhkan bonus bayaran penciptaan, yang bisa meliputi biaya bahan, tenaga kerja, serta overhead pabrik. Biaya dibebankan selaku kerugian ataupun penambah biaya penciptaan, bergantung unit yang cacat terjalin wajar ataupun tidak wajar.

1. Cacat normal

Produk cacat wajar merupakan jumlah unit produk cacat yang umum terjalin dalam pembedahan penciptaan yang efisien. Oleh sebab itu, biaya revisi unit cacat wajar wajib diperhitungkan selaku bagian dari bayaran penciptaan di kementerian tempat terbentuknya. Salah satu metode merupakan lewat biaya overhead pabrik yang dibebankan bersumber pada tarif yang telah diperhitungkan di dalamnya biaya revisi produk cacat wajar.

2. Cacat tidak normal

Produk cacat tidak wajar merupakan jumlah unit yang melebihi jumlah wajar. Sebab bayaran revisi unit cacat tidak wajar mencuat akibat pembedahan penciptaan yang tidak efisien, biaya tersebut tidak bisa dimasukkan selaku bagian dari biaya produk serta wajib diakui selaku kerugian pada periode terbentuknya.

Sisa bahan merupakan bahan baku yang tersisa dari proses penciptaan yang tidak disertakan kembali dalam proses penciptaan dengan tujuan semula, namun terdapat mungkin buat digunakan pada proses penciptaan dengan tujuan lain ataupun dijual.

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu/ Tinjauan Empirik

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Nurni Skripsi Universitas Muhamadiya Makassar 2016	Analisis biaya mutu terhadap peningkatan kualitas produk pada PT. Perkebunan Nusantara XIV (Persero) kab. Takalar	Dari hasil analisis biaya mutu yaitu dengan menghitung efisiensi biaya mutu. Dimana biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, biaya kegagalan eksternal berpengaruh terhadap kualitas produksi pada PT. Perkebunan Nusantara XIV (persero).	Sama-sama menggunakan variabel independen (bebas) yang berpengaruh pada analisis biaya terhadap peningkatan kualitas produk	Perbedaan penelitian terdahulu adalah perusahaan bergerak di bidang industri pembuatan gula pasir di PT. Perkebunan Nusantara XIV (Persero) Kab. Takalar sedangkan penelitian ini membahas biaya kualitas nya terhadap produk beras UD. FIWIWA di Desa Tonyaman
2	Mochamad Effendi Pratama Jurnal Universitas Negeri Surabaya	Analisis biaya kualitas dalam rangka meningkatkan mutu produk pada PT Segar Murni	Dalam hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan adanya pengaruh mutu produk yang dalam perbaikan dan peningkatan kualitas mutu produk yang dapat menurunkan total biaya produk yang dihasilkan	Sama-sama membahas tentang analisis biaya kualitas dalam peningkatan mutu produk	Penelitian sebelumnya berfokus di Kota Mojokerto pada PT. Segar Murni sebagai salah satu produsen air minuman dalam kemasan. sedangkan penelitian sekarang berfokus di Desa Tonyaman Kecamatan Binuang. bagaimana cara

					mengendali-kan biaya kualitas dalam meningkat-kan kualitas dalam produk beras.
3.	Fitriyani Adam, Hendrik Manosoh, Sherly Pinatik Jurnal Universitas Sam Ratulangi Manado. 2016	Analisis efesiensi pengendalian biaya kualitas pada aksan <i>bakery</i>	Dalam hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dituntut dapat mempertahankan bahkan meningkatkan keunggulan produk yang dimiliki agar dapat bersaing dipasar dan memenuhi harapan konsumen.	Pembahasan sama yaitu meningkatkan mutu produk dengan menggunakan pengendalian biaya kualitas.	Perbedaan dari penelitian terdahulu membahas tentang produk roti yang dilaksanakan dikota Manado sedangkan penelitian sekarang bagaimana cara meningkat-kan mutu produk beras menggunakan biaya kualitas yang dilaksanakan di Desa Tonyaman

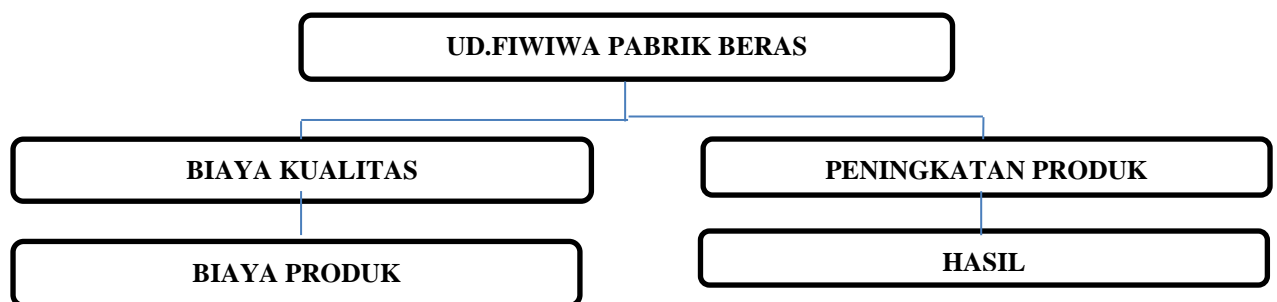
4.	Jumriani.S Skripsi Universitas Muhamma- diyah Makassar. 2014	Analisis pengendalian mutu dalam peningkatan mutu produk pada PT. Fajar Makassar	Hasil dari Kesimpulan dari penelian ini produk dianggap bermutu dan kerusakan yang terjadi pada produk cacat diakibatkan oleh faktor manusia yang kurang teliti menjalankan tugas.	Sama-sama membahas mengenai peningkatan mutu produk dengan mengguna- kan analisis pengendalia n mengguna- kan biaya kualitas.	Perbedaan dalam penelitian terdahulu adalah meningkatkan mutu produk percetakan Koran pada Pt.Fajar Makassar. sedangkan Penelitian sekarang meningkatkan mutu produk beras di Desa Tonyaman.
5.	Hardiyanti Skripsi Unversitas Muhamma- diyah Makassar 2018	Analisis pengendalian biaya kualitas dalam menunjang efektivitas produksi pada PT.Mega Putra Sejahtera Di Makassar.	Pada hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penelitian dapat menunjang produksi dengan analisis pengendalian kualitas biaya	sama-sama membahas mengenai analisis pengendalia n biaya kualitas	Dari penelitian terdahulu perusahaan PT. Megah Putra Sejahtera Makassar bergerak dibidang produksi mie instan merek Mega Mie dalam menunjang efektivitas produk tersebut sedangkan penelitian sekarang bergerak dibidang pertanian yaitu produk beras UD.FIWIWA di Desa Tonyaman.

Sumber : Peneliti Tahun 2019-2021

2.1 Kerangka Berfikir

Peningkatan kualitas produk apalagi dalam kondisi persaingan bisnis yang sangat ketat dimana banyaknya produk yang dihasilkan dan memiliki kesan yang sama apalagi di era modern ini banyaknya penjualan produk melalui teknologi, bukan hanya dipasar, mal, atau swalayan saja teknologi menjadi aspek pemasaran yang menguntungkan dalam memasarkan berbagai produk disitus online baik di media *social* dan aplikasi market lainnya. Selain itu menjadi permasalahan mengenai kualitas produk yang dihasilkan dimana masalah kualitas merupakan salah satu bagian penting dan perlu mendapatkan perhatian yang serius bagi manajer dalam menjalankan strategi operasinya untuk menciptakan suatu produk agar menjadi unggul dalam daya saing maupun unggul dalam kualitas produk.

Kerangka fikir analisis pengendalian biaya kualitas dalam rangka peningkatan mutu produk. Untuk lebih jelasnya, uraian diatas dapat dilihat pada bagan dibawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode Penelitian merupakan komponen yang paling penting dalam penelitian yang digunakan secara ilmiah untuk mendapatkan data tertentu dengan dibutuhkan metode yang relevan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2018) metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi gabungan, analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Hasil penelitian yang menjadi lokasi penelitian adalah UD.FIWIWA pabrik beras yang terletak di Desa Tonyaman Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar perusahaan ini bergerak dibidang penggilingan gabah yang menghasilkan produk beras.

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian kurang lebih dari 1 bulan didapatkan hasil riset yang diperoleh di pabrik beras UD.FIWIWA di Desa tonyaman.

Tabel 3.1**Jadwal Penelitian**

No	Keterangan	Juni 2022				Oktober 2022				November 2022				mei 2023				juli 2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penepatan judul																				
2.	Seminar proposal																				
3.	Permintaan izin penelitian																				
4.	Pengumpulan data																				
5.	Pengolahan data																				
6.	Analisis dan interpretasi																				
7.	Penyusunan hasil penelitian																				

3.3 Jenis Dan Sumber Data**3.3.1 Jenis Data**

Data kualitatif ialah tipe informasi yang berupa data baik lisan ataupun tulisan yang sifatnya bukan angka serta berfungsi selaku pendukung informasi riset, semacam: sistem pelayanan yang di bagikan staf serta lain sebagainya.

3. 3. 2 Sumber Data

Bagi Lofland serta Moleong,(2013: 157) sumber informasi utama dalam riset kualitatif yakni perkata serta aksi selebihnya merupakan bonus semacam

dokumen serta lain- lain. Sumber informasi hendak diambil dari dokumen, hasil wawancara, catatan lapangan, serta hasil dari observasi.

Sumber informasi merupakan seluruh suatu yang dapat membagikan data menimpa riset terpaut informasi yang digunakan dalam riset ini memakai 2 tipe sumber informasi ialah selaku berikut:

1. Data Primer.

Data primer ialah sumber informasi yang diperoleh lewat metode wawancara kepada pihak – pihak yang terpaut dengan riset ini. Informasi primer pula di peroleh bersumber pada hasil dari observasi. Hasil observasi serta wawancara disesuaikan sehingga hendak nampak kesamaan dari kedua informasi tersebut.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah sumber informasi berbentuk dokumen – dokumen aksesoris yang bisa menolong memenuhi informasi primer. Sumber informasi sekunder tersebut berbentuk melalui orang lain ataupun melalui dokumen.

3. 4 Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Populasi dimaksud selaku daerah generalisasi yang terdiri atas subyek/ objek yang memiliki mutu serta ciri tertentu yang diresmikan oleh periset buat dipelajari serta setelah itu ditarik kesimpulan. Populasi dalam riset ini di UD. FIWIWA Di Desa Tonyaman berjumlah 22 orang

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi itu. Misalnya penduduk di daerah tertentu. Jumlah ilustrasi riset berjumlah 6 orang responden dari hasil wawancara di UD FIWIWA Di Desa Tonyaman.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Sugiyono (2018 : 224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan metode dokumentasi.

a. Wawancara

Sugiyono (2018: 137) wawancara digunakan selaku metode pengumpulan informasi apabila periset mau melaksanakan riset pendahuluan untuk menciptakan kasus yang wajib diteliti, serta apabila periset ingin mengenali hal-hal dari responden yang lebih mendalam serta pula jumlah respondennya sedikit/ kecil.

b. Observasi

Sugiyono (2018: 145) Observasi selaku metode pengumpulan informasi memiliki karakteristik yang khusus apabila dibanding dengan metode yang lain, ialah wawancara serta kuesioner. Jika wawancara serta kuesioner senantiasa berbicara dengan orang, hingga observasi tidak terbatas pada orang, namun pula obyek- obyek alam yang lain.

3. 6 Metode Analisis Data

Sugiyono (2018: 482) ialah proses mencari serta menyusun secara sistematis informasi yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan serta dokumentasi, dengan metode mengorganisasikan informasi ke dalam jenis, menjabarkan ke dalam unit–unit, melaksanakan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilah mana yang berarti serta yang hendak dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga gampang di pahami oleh diri sendiri ataupun orang lain.

1. Reduksi Informasi.

Bagi Sugiyono (2018: 247- 249) reduksi informasi merupakan merangkum, memilah hal- hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting cocok dengan topik riset, mencari tema, serta polanya pada kesimpulannya membagikan cerminan yang lebih jelas serta memudahkan buat melaksanakan pengumpulan informasi berikutnya.

2. Penyajian Informasi (*Informasi Display*).

Setelah mereduksi informasi, hingga langkah berikutnya merupakan menyajikan informasi. Riset kualitatif, penyajian informasi bisa dicoba dalam wujud table, grafik, *flowchart*, *pictogram* serta sejenisnya. Lewat penyajian informasi tersebut, hingga informasi bisa terorganisasikan, tersusun dalam pola ikatan, sehingga hendak gampang dimengerti. Tidak hanya itu dalam riset pengumpulan *Informasi Display*, informasi reduksi, serta informasi kesimpulan, Sugiyono (2018: 249).

Kualitatif penyajian informasi bisa dicoba dalam wujud penjelasan pendek, tabel, ikatan antar jenis, *flowchart*, serta sejenisnya tetapi yang kerap digunakan buat menyajikan informasi dalam riset kualitatif merupakan dengan bacaan yang bertabiat naratif. Lewat penyajian informasi tersebut, hingga informasi terorganisasikan, serta tersusun sehingga hendak terus menjadi gampang dimengerti (Sugiyono, 2018).

3. Penarikan Kesimpulan

Bagi Sugiyono (2018: 252 - 253) kesimpulan dalam riset kualitatif bisa menanggapi rumusan permasalahan yang diformulasikan semenjak dini, namun bisa jadi pula tidak, sebab semacam sudah dikemukakan kalau permasalahan serta formulasi permasalahan dalam riset kualitatif masih bertabiat sedangkan serta hendak tumbuh sehabis riset terletak dilapangan. Kesimpulan dalam riset kualitatif ialah penemuan baru yang lebih dahulu belum sempat terdapat penemuan bisa berbentuk deskripsi ataupun cerminan sesuatu objek yang lebih dahulu masih belum jelas sehingga sehabis diteliti jadi jelas.

DAFTAR PUSTAKA

- Andika Cahya Wicaksana, A. S. (2022). Analisis Pengendalian Biaya Dalam Rangka Peningkatan Kualitas Nilai Produk (Studi Kasus Pada Home Industri Kripik Tunas Kota Metro). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Fitriyani Adam, H. M. (2015, juni 25). Analisis Efisiensi Pengendalian Biaya Kualitas Pada Aksan Bakery Manado Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. *Jurnal Jurusan Akuntansi Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- Halim bambang, S. K. (2013). *Akuntansi Manajemen Edisi kedua*. Yogyakarta: BPF.
- Ishak, A. (2015). *Akuntansi Informasi Dalam Pengambilan Keputusan*. Jakarta: PT.Grasindo.
- Izzak, P. (2017). Analisis Keefektifan Biaya Kualitas Di PT Karya Papua Nabire. *Studi Administrasi Bisnis, Univesitas Satya Wiyata Mandala Nabire*, 2, (1) 25-30
- Kotler, A. (2017). *Principles Of Marketing*. New York: Pearson Education.
- Kotler, K. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education.
- Monica Shahnaz Safitri, C. A. (2021). Analisis Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Produk Cacat (Studi Kasus Pada PT. XYZ Aspal Tahun 2018-2020).
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya Edisi Kelima*. Yogyakarta: UPP STIE.
- Narsa. (2019). *Akuntansi Manajemen Edisi Ketiga*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Nur Fitratul Jamil, Y. A. (2019). Analisis Biaya Mutu Dalam Pengendalian Produk Cacat. *Jurnal Internasional Ilmu Sosial Dan Bisnis*.
- Prihantoro. (2012). *Konsep Pengendalian Mutu*. Bandung: Remaja rosdakarya.
- Putri, A. (2018). Analisis Biaya kualitas dan produktivitas pada Mahasiswa Universitas Islam 45. *Universitas Islam 45 Bekasi*.
- Rizka, I. j. (2019). Peranan Biaya Kualitas Dalam Mendukung Pengendalian Kualitas Produk Pada Ud. MUTIARA RASA. *Prodi Akuntansi Universitas Muhammadiyah*, 3(1). 695-709
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi Keempat*. Yogyakarta: Andi Offest.

Zulman Harja Utama, M. (2015). *Budidaya Padi Pada Lahan Marjinal Kiat Meningkatkan Produksi Padi*. Yogyakarta: Andi Offest.